

2. Estructuras de mercado en evolución

Otra característica de los mercados mundiales es que a menudo se encuentran segmentados, lo que afecta a los posibles destinos de los productos comercializados. En las figuras 6 y 7 se ilustra esta cuestión. El mercado del arroz está segmentado a lo largo de líneas regionales, con el grueso del comercio en la región de origen. Por el contrario, el mercado de la soja está dominado por las exportaciones de tres países americanos a China y un pequeño número de países importadores desarrollados y de ingresos medianos. En el mercado de la soja y los mercados más complejos de ganado, destaca la ausencia de países de ingresos bajos, lo que refleja la limitada participación de estos países en el comercio de este tipo de productos de mayor valor.

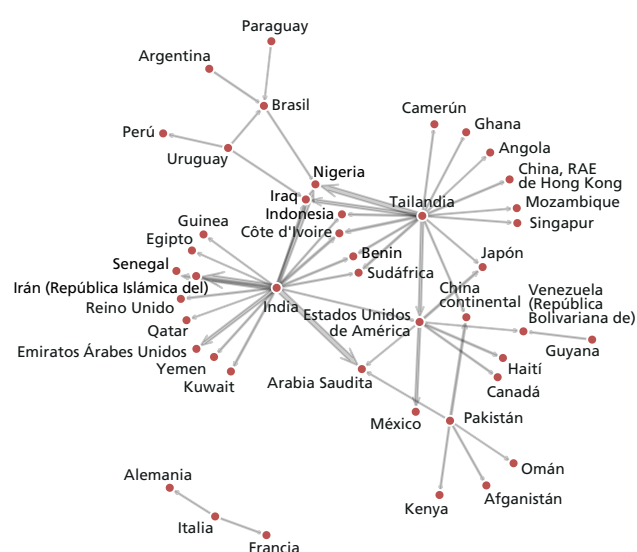
La estructura cambiante del comercio internacional

Los modelos del comercio mundial no están determinados solo por las variables fundamentales del mercado y las normas del comercio internacional, sino que cada vez se ven más influenciados por otras dinámicas más sutiles.

Un porcentaje cada vez mayor del comercio mundial tiene lugar a través de acuerdos bilaterales y regionales. El número de acuerdos comerciales regionales ha aumentado de menos de 20 en 1990 a los 262 que se encuentran en vigor actualmente. La celebración de los denominados “acuerdos intrarregionales” aumentará este porcentaje aún más. En conjunto, la Asociación Transatlántica sobre Comercio e Inversión entre la UE y los Estados Unidos de América, el

FIGURA 6

Flujos de exportación de arroz



Nota: El grosor relativo de las flechas hace referencia al valor (en USD) de las exportaciones de arroz (equivalente elaborado), que abarcan el 60 % de las exportaciones de arroz internacionales en 2012.

Fuente: FAO.

FIGURA 7

Flujos de exportación de soja



Nota: El grosor relativo de las flechas hace referencia al valor (en USD) de las exportaciones de soja, que abarcan el 80 % de las exportaciones de soja internacionales en 2012.

Fuente: FAO.

Acuerdo de Asociación Transpacífico y el Partenariado Económico Comprensivo Regional, que reúne a la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental con otros asociados regionales, representarían más de tres cuartos del producto interno bruto (PIB) mundial y dos tercios del comercio mundial¹³. Mediante la limitación del número de partes integrantes y la concentración en las áreas estratégicas de interés de dichas partes, los acuerdos comerciales regionales suelen establecer disposiciones comerciales y de integración económica más profundas que otros acuerdos, obteniendo así beneficios significativos de la eliminación de los obstáculos no arancelarios, la armonización de las normas y la facilitación del comercio, en lugar de reducir los aranceles y otros obstáculos formales que afectan al acceso a los mercados. Por ejemplo, más de la mitad de los acuerdos comerciales regionales contienen compromisos más firmes sobre medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) que los que incluyen actualmente los acuerdos pertinentes de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Puesto que las MSF y los obstáculos técnicos al comercio desempeñan una función importante en la determinación del acceso real a los mercados de bienes, la armonización y simplificación de estas medidas en bloques comerciales puede impulsar el comercio intrarregional de forma considerable.

Un segundo factor en el cambio de los modelos del comercio mundial es que el comercio dentro de las propias empresas está ganando terreno con el surgimiento de las cadenas de valor mundiales y la integración vertical. En los Estados Unidos de América, por ejemplo, los flujos comerciales dentro de las empresas representaron el 48 % de las importaciones de bienes y el 29 % de las exportaciones de bienes en 2010. En las empresas multinacionales, los procedimientos y normas internos pueden desempeñar una función mucho más importante en la determinación de los volúmenes y las condiciones de las transacciones comerciales que la política comercial del gobierno. Otra cuestión importante en el contexto del comercio dentro de las empresas es la fijación de precios de transferencia, que hace referencia al establecimiento de los precios de los bienes, los servicios u otros activos intercambiados entre empresas afiliadas. Estos precios se utilizan para la contabilidad interna de las empresas y, aunque son diferentes de los precios de mercado, podrían afectar al nivel general de los precios nacionales y a los modelos de comercio debido a los efectos que tienen en la oferta y la demanda. Todavía está por determinar hasta qué punto las normas comerciales existentes disponen de los instrumentos necesarios para afrontar las nuevas cuestiones de competitividad que surgen en esta relación vertical¹⁴.

Como consecuencia de estos avances, el sistema multilateral está perdiendo importancia como elemento impulsor de la expansión del comercio, aunque la OMC sigue proporcionando los mecanismos más exhaustivos y disponibles para debatir la aplicación de normas comerciales

y solucionar las controversias entre los países. Junto con la concentración de las importaciones y, en especial, las exportaciones de productos agrícolas en unos pocos países, la evolución en la estructura del comercio agrícola mundial implica que las acciones de un país o grupo de países podrían tener efectos indirectos significativos en el resto del mundo. La variabilidad de la producción, las perturbaciones en los mercados nacionales y los cambios normativos en uno de los principales países importadores o exportadores podría, por tanto, repercutir en los mercados mundiales y afectar a los suministros y precios mundiales, lo que podría tener un impacto significativo en la seguridad alimentaria.

El contexto cambiante del comercio agrícola se complica aún más con el incremento de la fragmentación de la producción mundial y su reorganización en cadenas de valor mundiales complejas. En la literatura reciente se describe la competitividad de un país o sus industrias atendiendo específicamente a la producción de productos de valor añadido del país y el nivel de integración de esta en las cadenas de valor mundiales¹⁵.

Las cadenas de valor mundiales se han convertido en vínculos importantes en las relaciones entre la competitividad, el comercio, el crecimiento y el desarrollo. Algunos observadores afirman que la participación en las cadenas de valor mundiales permite una mayor competitividad, una mayor inclusión en el comercio y los flujos de inversión, acceso a nuevos tipos de tecnología de producción, la transición a actividades de mayor valor añadido y la mejora socioeconómica debido a que posibilita un mayor número de empleos mejor remunerados, un uso más sostenible de los recursos y una mejor gobernanza y estabilidad política. Los países que participan en las cadenas de valor mundiales no necesitan desarrollar industrias integradas verticalmente para participar en el comercio mundial. Pueden desarrollar capacidades en segmentos específicos de la cadena (producción, tareas o funciones comerciales) y, por consiguiente, incluso los países pequeños con capacidades limitadas a lo largo de la cadena de valor tienen la oportunidad de exportar bienes o servicios¹⁶.

Sin embargo, la organización del sistema alimentario moderno en cadenas de valor mundiales complejas también plantea cuestiones sobre la suposición de mercados competitivos. En el sector agrícola existe un alto grado de concentración en las empresas, tanto en los países como a nivel internacional, lo que indica una falta de competitividad. Las empresas de agronegocios transnacionales que dominan las cadenas de valor mundiales en el sector alimentario tienen una elevada movilidad y son capaces de invertir en los países en desarrollo para aprovechar la ventaja absoluta que pueda existir en estos lugares, y esto puede menoscabar las ventajas comparativas de otros países.

La inversión extranjera directa en la agricultura, la elaboración y las actividades minoristas ha incrementado la integración mundial de los mercados agroalimentarios. Los actores de estos segmentos son las empresas comerciales del

RECUADRO 1

Cambio en el poder de mercado del mercado del banano

Históricamente, las empresas comerciales multinacionales, especialmente los tres comerciantes principales de bananos (Chiquita, Dole y del Monte), han desempeñado una función importante en el comercio internacional de bananos, ejerciendo un poder de mercado considerable, especialmente en el ámbito de las adquisiciones. Estas empresas multinacionales integradas verticalmente participan en la producción, la adquisición, el transporte y la comercialización de bananos. Poseen flotas e instalaciones de maduración y tienen sus propias redes de distribución en los países importadores, creando así economías de escala significativas. Sin embargo, el alcance de sus operaciones y su influencia en el mercado del banano han cambiado a lo largo del tiempo. La cuota de mercado combinada de las tres empresas principales se situó en su nivel más alto en la década de 1980, cuando controlaban casi dos tercios (el 65,3 %) de las exportaciones de bananos mundiales, y esta se ha reducido gradualmente desde entonces. En 2013, la cuota de mercado de estas empresas era ligeramente superior a un tercio (36,6 %), mientras que la cuota de las cinco empresas principales era del 44,4 %, un descenso en comparación con el 70 % que representaban en 2002. Como consecuencia de ello, otras empresas representan actualmente más de la mitad de las exportaciones totales.

Este cambio en el poder de mercado que se aleja de las principales marcas comerciales de bananos para orientarse a otros actores del mercado, incluidos los supermercados que han comenzado a adquirir sus productos directamente de los productores, fue impulsado en gran medida por el desmantelamiento que realizó la UE de su régimen de importación de bananos, que tenía un elevado nivel de reglamentación, y facilitado por el establecimiento de servicios de transporte regular y directo de contenedores de América del Sur a Europa y la Federación de Rusia. También existe una tendencia considerable a una menor concentración entre las empresas exportadoras de los principales países productores de bananos.

Fuente: FAO. 2014 The changing role of multinational companies in the global banana trade. Roma.

Estado y las grandes empresas privadas, que operan a nivel nacional e internacional en estructuras de mercado con distintos grados de competitividad.

Una preocupación tradicional ha sido la función de las grandes corporaciones multinacionales en los mercados mundiales de productos primarios. Algunos estudios¹⁷ han señalado la presencia dominante de los cuatro comerciantes de productos básicos más importantes, a saber, Archer Daniels Midland (ADM), Bunge, Cargill y Louis Dreyfus. Al mismo tiempo, estas empresas multinacionales hacen frente a una competitividad cada vez mayor de una serie de nuevas empresas comerciales. El mercado del banano, por ejemplo, ha pasado de estar dominado por un número reducido de multinacionales que controlaban la producción, la distribución y el comercio a convertirse en un mercado con multitud de operadores en países importadores y exportadores caracterizado por interacciones variadas y complejas entre los diferentes segmentos (Recuadro 1).

Si se logra la integración, el aumento de la exposición de los países al comercio y la inversión extranjera puede generar beneficios de desarrollo a través de los efectos indirectos del conocimiento y la tecnología, y también puede producir transformaciones estructurales favorables mediante la reubicación de la mano de obra de la agricultura en puestos de trabajo más productivos y mejor remunerados en la industria manufacturera o el sector de los servicios¹⁸. Sin embargo, no todos los países lograrán la integración de

manera inmediata. Solo podrán participar aquellos que se acerquen lo suficiente a una producción conforme a los estándares de calidad y los niveles de eficiencia mundiales. Asimismo, no es sencillo formar parte de las cadenas de valor mundiales y participar en ellas, especialmente para los pequeños productores rurales, que a menudo tienen un acceso limitado a los conocimientos, el capital y la tecnología para ampliar su producción.

En los países emergentes y en desarrollo, el fuerte crecimiento económico y los crecientes niveles de ingresos, en combinación con el aumento de la urbanización, han modificado los hábitos alimentarios y generado aumentos de la demanda de productos de mayor calidad y productos minoristas y elaborados en las zonas urbanas. El aumento del comercio de productos alimentarios frescos como las frutas, las hortalizas, la carne y los productos lácteos, que son propensos a los riesgos relacionados con la inocuidad alimentaria o están sujetos a exigencias de calidad específicas por parte de los consumidores, también han incrementado la necesidad de regular el comercio mediante normas. La función cada vez más importante de las grandes empresas alimentarias y minoristas multinacionales que hacen hincapié en la frescura, la calidad de los productos y la inocuidad de los alimentos ha incrementado la importancia de las normas privadas como forma de evitar posibles daños a la reputación y la reducción de la cuota de mercado derivada de la venta de alimentos nocivos.

Resulta interesante señalar que a pesar de estas normas más restrictivas y extendidas, el comercio agrícola mundial no solo ha aumentado considerablemente durante los tres últimos decenios, sino que también el crecimiento ha sido más acusado en los productos donde las normas tienen más importancia, es decir, en los productos de mayor valor como las frutas, las hortalizas, el pescado y los productos pesqueros. Además, el cambio hacia las exportaciones de alto valor ha sido más drástico en las regiones de países en

desarrollo¹⁹. La necesidad de que los productos de consumo finales cumplan dichas normas ha dado lugar a un mayor énfasis en el control de la calidad en las cadenas de valor agrícolas y esto, a su vez, ha afectado a la forma en la que están organizadas las cadenas de valor agrícolas mundiales, dando lugar a un aumento de los niveles de coordinación vertical, la mejora de la base de suministro y una mayor dominancia de las grandes empresas alimentarias multinacionales.